

www3.unicentro.br**Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe)**

ISSN 2177-4153

Disponível em: revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/indexwww3.unicentro.br/ppgadm/

Fatores relevantes para a implantação de um roteiro turístico rural: um estudo a partir da percepção dos turistas

*Relevant factors for the implantation of a rural tourism tour: a study from the perception of tourists***Cristian Spaznic Bagega¹ e Nathalia Berger Werlang²**¹ Centro Universitário FAI, Brasil, Bacharelada em Administração, e-mail: cristianbagega@hotmail.com.br² Centro Universitário FAI, Brasil, Doutorado em Administração, e-mail: nathaliabw@gmail.com

Recebido em: 26/12/2017 - Revisado em: 30/01/2018 - Aprovado em: 26/02/2018 - Disponível em: 01/04/2018

Resumo

O presente estudo buscou identificar os fatores relevantes para a implantação de um roteiro turístico rural. Neste contexto, o artigo foi estruturado com um breve marco teórico sobre o tema, seguido pela elaboração e apresentação dos resultados da pesquisa com 258 respondentes de todo o Brasil, objetivando identificar as percepções dos turistas sobre a implantação de roteiro turístico rural. Para a execução dos objetivos da pesquisa foi elaborado um estudo descritivo, de perspectiva quantitativa, instrumentalizado por meio de uma *survey*. Conforme os resultados, ficaram evidentes os principais aspectos e fatores que o turista busca em um empreendimento rural, a necessidade de contato com a natureza e o ambiente natural, um local hospitaleiro com boa infraestrutura e bem conservado. Destaca-se que a distância e a proximidade do local não se caracterizaram como fatores determinantes para escolha para onde viajar, sendo que a companhia mais relevante para fazer um roteiro turístico rural é a família, representando 53,88% da amostra da pesquisa, 41,86% dos respondentes estão dispostos a gastar em média R\$70,00 a R\$100,00, e 43,02% pretendem passar de 2 a 3 dias no hotel-fazenda. Em conformidade com os dados obtidos, para a criação de um empreendimento turístico rural, acredita-se que para que haja é necessária uma variedade de atrativos turísticos e ambientes com potencial para desenvolver essas atividades e propícios para desenvolver as atividades do campo, conciliando com as atividades turísticas.

Palavras-chave: Turismo rural; Viabilidade turística; Roteiro turístico rural.

Abstract

The present study sought to identify the relevant factors for the implementation of a rural tourism route. In this context, the article was structured with a brief theoretical framework on the theme, followed by the elaboration and presentation of the results of the survey with 258 respondents from all over Brazil, aiming to identify the tourists' perceptions about

the implementation of rural tourism itinerary. For the accomplishment of the objectives of the research, a descriptive and quantitative research was elaborated, instrumented by a survey. According to the results, the main aspects and factors that the tourist seeks in a rural enterprise, the necessity of contact with nature and the natural environment, a hospitable place with good infrastructure and well preserved, were evident. It should be noted that the distance and proximity of the place were not characterized as determining factors for choosing where to travel, being that the most relevant company to make a rural tourism route is the family, representing 53.88% of the research sample, 41, 86% of the respondents are willing to spend an average of R \$ 70.00 to R \$ 100.00, and 43.02% intend to spend 2 to 3 days in the farmhouse. According to the data obtained, for the creation of a rural tourism project, it is believed that for that there is a need for a variety of tourist attractions and environments with potential to develop these activities and propitious to develop the activities of the field, reconciling with the tourist activities.

Keywords: Rural tourism; Feasibility of tourism; Rural tourism itinerary.

1 INTRODUÇÃO

O setor turístico pode ser destacado como uma atividade que mais se desenvolve no mundo, considerada por muitos como uma “indústria”, que proporciona geração de empregos e renda, melhorias na qualidade de vida, podendo ser a principal forma de renda de uma localidade (OLIVEIRA *et al*, 2010). Com o passar dos anos, a atividade turística vem acompanhando as diferentes transformações do cenário global, nos contextos laborais, sociais e de consciencialização ambiental. Essas mudanças implicaram em um aumento significativo na procura de novos destinos turísticos que possibilitassem algo diferente, alternativo do habitual, durante o período de férias dos familiares (EZEQUIEL; CARVALHO, 2014).

O turismo por ser uma prática pluralista, possui diversos segmentos. Segundo Nishimura, Sebold e Miranda (2012), ele consegue ter um efeito multiplicador da economia em diferentes áreas de atividades. Nesta perspectiva, um segmento turístico que está tendo grande destaque é o turismo rural, que se apresenta com uma alternativa de turismo desenvolvida no campo, no ambiente rural, que proporciona aos turistas um contato com práticas do agricultor, além de vivenciar as crenças, costumes e valores do local (MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010).

Essa modalidade de turismo possui diversos conceitos, todavia mantém certa semelhança entre eles. O Ministério de Turismo do Brasil dispõe de um conceito bem amplo, definindo turismo rural como um agrupamento de atividades turísticas desenvolvidas no ambiente rural, com o propósito de agregar valor aos produtos e serviços, promovendo a integração de povos e valorizando o patrimônio cultural e natural da comunidade (MINISTÉRIO DE TURISMO, 2010).

Destarte, Blanco (2004) explica que a decorrência do turismo no espaço rural associado à agricultura familiar complementa-se como uma forma inovadora, a fim de valorizar e preservar o patrimônio rural. Como efeito, o produtor rural torna-se um empreendedor rural e prestador de serviços turísticos, trabalhando de modo a conservar os recursos ambientais e culturais da região.

Corroborando, o turismo rural no Brasil consiste em uma atividade de alto potencial, com tendências de modificar a economia significativamente, capaz de minimizar a decadência

do meio rural, e em alguns casos, consegue manter as práticas agrícolas nas propriedades, haja vista o fato de que muitos proprietários já estão migrando para centros urbanos por diversos fatores, especificamente o econômico e social (SANTOS; PIRES, 2010; SANCHES; SCHIMIDT, 2016).

Elesbão (2010) salienta que o entendimento em relação ao rural começou a mudar, alterando a visão de um local de produção de alimentos e matérias-primas, para um espaço em que se possa ter contato com a natureza, associar o ambiente com qualidade de vida, saúde e descanso.

Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo identificar os fatores para a implantação de um roteiro turístico rural. Atualmente, de acordo com a Embratur (2015), as atividades turísticas representam cerca de 3,6% do PIB do Brasil, empregando mais de 10 milhões de pessoas, seja direta ou indiretamente. Nesse contexto, a pesquisa poderá contribuir para futuros empreendedores rurais desenvolverem um roteiro turístico a partir das perspectivas obtidas na pesquisa, além de formar um conhecimento inicial sobre o Turismo Rural, tendo em vista a produção de matéria descritiva.

O trabalho foi estruturado em cinco seções, sendo que a primeira, de caráter introdutório; seguido de uma seção com um breve marco teórico sobre o Turismo Rural; na terceira seção é apresentada a metodologia empregada na coleta e análise dos dados; na quarta seção procedeu-se à descrição e análise dos resultados do estudo; e, finalmente, na quinta e última seção foram apresentadas as considerações finais sobre os resultados alcançados e as recomendações de futuras pesquisas.

2 O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL

Devido às várias mudanças socioculturais, decorrentes das transformações dos processos da globalização, uma nova formatação produtiva substitui o predominante modelo industrial pela preferência dos serviços, afetando diretamente a oferta e o consumo das atividades de entretenimento e recreação, entre elas a prática do turismo (GASTAL; PERTILE, 2014). Por conta dessas mudanças, uma modalidade de turismo que tem ganhado espaço, e se destaca no atual cenário, é o turismo rural. Esse aumento é devido ao seu modelo ser voltado à preservação do meio ambiente e meio rural, o que proporciona muitos benefícios a uma propriedade e também para a comunidade local. Como consequência, o campo passou a ser visto por outros olhos, um local de fuga da rotina estressante das cidades (MAIA, 2015).

Entretanto, essa prática não é nova, acredita-se que há alguns milhares de anos, nas vilas romanas espalhadas pela Europa - no período medieval, muitas pessoas utilizavam seus alojamentos para guardar itens de caçadas. Muitas das propriedades rurais existentes na época, já eram utilizadas como forma de lazer e turismo. Europeus da alta classe construíram grandiosas mansões rurais, cercadas por jardins ornamentados, como sendo uma alternativa de passatempo (LANE, 2014).

Nos séculos XVIII e XIX, a aristocracia, a burguesia e os ricos que detinham boa parte das terras, já procuravam por atividades e entretenimento no meio rural. E a partir do século XX, mais específico nos anos 50, após o fim da Segunda Guerra Mundial e a conquistas dos direitos trabalhistas, o turismo rural ganhou maior evidência, principalmente nos países desenvolvidos como a França, Inglaterra, Alemanha e Portugal, nos quais o turismo já se

fazia presente na paisagem rural (MAIA, 2015). Todavia nesse período, apenas os bispos, os grandes proprietários e a realeza possuíam palácios rurais. Por conta disso, o turismo rural, até recentemente, era considerado somente como um passatempo das classes de elite, e não para as demais classes sociais (LANE, 2014).

Corroborando, Kloster e Cunha (2014) discorrem que o turismo rural em países europeus é um modelo de turismo que se encontra concretizada e passa a ser uma atividade de destaque em países como, Alemanha, Espanha, Irlanda, Itália, França e Portugal. No Brasil, essa prática é considerada com um segmento novo com alto potencial de crescimento, porém, ainda é pouco explorada.

No Brasil, a primeira iniciativa de turismo rural, em questões oficiais de registros, ocorreu no ano de 1984, no município de Lages-SC, através de um grupo de proprietários rurais, que - como alternativa para superar as dificuldades financeiras decorrentes da crise agrária, tiveram a ideia de aproveitar a estrutura das fazendas para receber turistas. E por meio desse marco histórico, diversas outras iniciativas foram se espalhando por todo território brasileiro, principalmente nos anos 90 (TULIK, 2010). Desde então, o turismo rural vem se desenvolvendo de forma significativa em diferentes regiões brasileiras, mostrando-se uma prática não agrícola, com capacidade de impulsionar a economia das áreas rurais e promover o desenvolvimento local (RIVA; BERTOLINI, 2017).

Dentre as atividades desenvolvidas no turismo rural a grande maioria está relacionada à história da imigração europeia para o Brasil, principalmente no Sul e Sudeste, entre os quais os estados de SC, RS, SP e ES se destacam. Um caso conhecido é da Serra Gaúcha, com diversos aspectos da imigração e exemplo de turismo rural colonial, onde muitas das propriedades têm como finalidade fazer e comercializar produtos artesanais (LIMA FILHO et al., 2007).

2.1 TURISMO RURAL: PRINCIPAIS CONCEITOS

Como o turismo rural foi desenvolvido no Brasil somente no século XX, é inegável a influência europeia e dos imigrantes nos empreendimentos desenvolvidos. Por esse motivo, o turismo rural passou a ter diversos conceitos e formas de entendimento, adotando conceitos múltiplos como: Turismo no Espaço Rural, Turismo Diferente, Turismo de Interior, Turismo Doméstico, Turismo Integrado, Turismo Endógeno, Turismo Alternativo e Turismo Verde. Ainda há sempre certa confusão entre esses conceitos, pois aparentemente parecem ter um único sentido (TULIK, 2010).

Por consequência, foram realizados, no Brasil, inúmeros eventos que possibilitariam discussões e debates acerca do conceitos e tipologias extremamente genéricas do turismo rural. Nestes eventos tiveram participação organizações públicas, empresários, estudiosos e institutos de pesquisas que contribuíram para a formulação da parte teórica e prática do turismo rural (TULIK, 2010).

Desde então, surgiram diversos conceitos sobre o tema, por diversos pesquisadores, visto que, no Brasil o turismo rural ganha cada vez mais espaço, e se torna uma alternativa viável para agricultores que, eventualmente, estejam passando por certa dificuldade financeira devido à crise agrária ou outro motivo à parte. Desse modo, Manosso, Salomé e Carvalho (2010) definem turismo rural como uma atividade não agrícola que possibilita melhor aproveitamento da propriedade rural, de modo que os agricultores possam agregar

valor aos seus produtos e serviços na propriedade, com o intento de que isso proporcione uma renda alternativa, empregos para as famílias rurais e o desenvolvimento local.

Para Oliveira *et al.* (2010), a atividade turística rural surgiu como uma prática complementar dos proprietários rurais, a fim de gerar valor na produção econômica do campo, melhorar a qualidade de vida, promover a integração entre povos, valorizar a cultura do local e oportunizar novas fontes de renda, contribuindo para redução do êxodo rural.

Da mesma maneira, o Ministério do Turismo do Brasil dispõe de um conceito - resultado de uma ampla discussão com diversos representantes do setor, definindo turismo rural como um conjunto de práticas turísticas desenvolvidas dentro do ambiente rural de uma propriedade, valorizando a produção, de modo a acrescentar valor aos produtos e serviços, resgatar e promover o patrimônio cultural e natural da comunidade local (BRASIL, 2010).

Kloster e Cunha (2014) definem o turismo rural como um agente promotor de benefícios para a propriedade rural, principalmente por possibilitar alternativas de fontes de renda para o agricultor, causar poucos impactos ambientais, gerar emprego e, para os visitantes, ofertar lugares que eles possam pescar, fazer trilhas, participar de atividades rurais, interagir com moradores locais, conhecer e consumir produtos da cultura tradicional do local.

Já Maia (2015) frisa que o turismo rural é um local de fuga da rotina estressante das grandes cidades, oferecendo lugares com paisagens silvestres ou cultivadas, água limpa, ar puro e silêncio, como uma alternativa para recarregar as energias e um antídoto ao “excesso de civilização”, resultantes das áreas urbanas.

Por fim, Riva e Bertolini (2017) conceituam a atividade turística rural como uma maneira de alternativa de renda, um negócio que oportuniza aos proprietários manterem-se no campo, além de gerar empregos à população local. Além desses benefícios, ela desperta a conscientização sobre o meio ambiente interagindo com os moradores e agricultores de forma natural, à medida que o turismo se torna uma fonte de economia.

2.2 TURISMO RURAL COMO FONTE DE RENDA

Em consequência dos processos intensificados da globalização e das diversas mudanças do campo, o meio rural enfrentou drásticas transformações, principalmente no que se refere às relações de produção e trabalho. À vista disso, as atividades rurais enfrentaram vários problemas, uma vez que encaram uma crescente desvalorização em relação a outras, e também, a perda dos seus valores tradicionais, o que faz com que os produtores rurais busquem por alternativas que propiciem fontes de rendas para maior dinamização econômica (SANCHES; SCHMIDT, 2016).

Destarte, no decorrer do século XX, iniciaram-se discussões em torno das condições enfrentadas pelos agricultores, diante das muitas realidades da agricultura e do mundo rural. Nesse sentido, os debates surgiram para auxiliar os produtores rurais no modo que eles poderiam utilizar seu tempo parcial, na forma como eles poderiam desenvolver atividades não agrícolas no meio rural, a fim de gerarem múltiplos empregos, fontes de renda e pluriatividade (RIVA; BERTOLINI, 2017).

Mediante essas transformações e mudanças, o mercado do turismo se intensificou cada vez mais, de modo a possibilitar diversas modalidades. Diante disso, surge um segmento

ainda pouco desenvolvido no Brasil, entretanto, com grande ganho de espaço conceituado como turismo rural. Essa atividade caracteriza-se como não agrícola, sendo uma forma de valorizar as propriedades rurais colaborando para a preservação do patrimônio natural, histórico e cultural no meio rural (MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010).

Esse crescimento e essa captura de uma fatia do mercado turístico pode estar ligado a vários fatores ecológicos e do meio ambiente, que influenciaram diretamente para o desenvolvimento e a procura pela atividade turística rural. Em função disso, a grande maioria dos empreendimentos turísticos rurais surgiram em áreas economicamente precárias ou estagnadas, que sofreram com as crises agrárias (TULIK, 2010).

Tal prática apresenta-se como uma maneira importantíssima de manter e auxiliar as famílias agricultoras no espaço rural, visto que gera empregos, aumento de mão de obra, contribui para criação de uma renda alternativa para as famílias, como também para a comunidade local (OLIVEIRA *et al.*, 2010).

Segundo Lima Filho *et al.* (2007), o turismo rural pode ser desenvolvido através da comercialização de produtos e serviços. Entre alguns exemplos dessa modalidade estão: os hotéis-fazenda localizados na zona rural, implantados para valorizar o turismo e cultura local; pousadas rurais - empreendimentos de menor porte e luxo; *spas* rurais; campings e acampamentos rurais; turismo de caça e pesca; turismo místico e religioso; turismo rural pedagógico; turismo rural etnográfico; e os produtos coloniais com compotas, crochê etc.

Dessa forma, o turismo rural apresenta-se como uma forma de fortalecer a agricultura familiar como alternativa de fonte de renda, e dinamizar a economia do campo, ajudando a compensar as perdas e quedas de produção agrícola causadas por questões climáticas e afins. Essa prática valoriza o homem do campo e sua cultura, fortalece as raízes rurais brasileiras, protege ambiente natural e possibilita a integração campo/cidade. Como efeito do turismo, a partir do capital urbano deixado nos empreendimentos rurais, a zona rural se consolida, por meio de novos empregos e pela desaceleração do êxodo rural. Assim, o turismo rural pode ser considerado como uma estratégia de desenvolvimento sustentável para as áreas rurais (OLIVEIRA; ZOUAIN, 2011).

2.3 PESQUISAS RECENTES SOBRE O TURISMO RURAL

Apesar de o tema ser teoricamente recente no âmbito científico e prático no Brasil, vários autores vêm pesquisando sobre o Turismo Rural. Deste modo, a partir de uma pesquisa bibliométrica foram identificados, dentre os trabalhos que compõem a base de dados desta pesquisa, alguns estudos mais recentes acerca do tema, os quais passam a ser apresentados a seguir.

A pesquisa de Maia (2015) analisou aspectos sobre o Turismo Rural, no sentido de saber se esse segmento pode ser um promotor do desenvolvimento local no Assentamento Tijuca Boa Vista, em Quixadá, no Estado do Ceará, de modo a destacar os eventuais impactos econômicos e sociais oriundos da sua implantação no local. A pesquisa adotou a prática de um estudo de caso com a participação de 21 entrevistados, dos quais 19 eram integrantes das famílias do local e três eram gerentes de pousadas. Após a análise dos resultados verificou-se que a atividade turística rural possui grande possibilidade de complementar a renda local mediante a criação de muitos postos de trabalho e diversificação da economia local.

O Turismo Rural, no entanto, não pode ser considerado um promotor de desenvolvimento local, uma vez que a atividade não conseguiu se consolidar no local

Lunardi, Souza e Peruana (2015) discorrem sobre as relações de poder de famílias que trabalham com empreendimentos de turismo rural, para mensurar a participação e o poder de decisão a partir da perspectiva de gênero. Para elaborar a pesquisa foi realizado um estudo de caso com sete famílias, que residem no município de São José dos Ausentes e atuam com o Turismo Rural.

O estudo permitiu compreender que há separação de trabalho entre homens e mulheres, e que a hierarquização tem o intuito de valorizar o trabalho. Apesar do turismo, as práticas masculinas e femininas seguem sem ser alteradas, ou seja, a atividade de caráter masculino continua sendo responsabilidade dos homens, enquanto as atividades de caráter feminino continuam predominantemente sendo responsabilidade das mulheres.

Pato (2016) investigou as características e motivações dos promotores de turismo no espaço rural, identificando o seu perfil. Para a coleta de dados foram aplicados questionários a 44 promotores de empreendimentos nas modalidades de turismo rural, turismo de habitação, agroturismo, casas de campo, hotéis rurais e turismo de aldeia.

O estudo permitiu determinar algumas características socioeconômicas dos promotores de turismo no espaço rural, como idade mais avançada, formação acadêmica em nível superior e rendimento mensal líquido para utilização em investimentos. Dentre as motivações de abertura de novas práticas turísticas, a principal está relacionada à recuperação e preservação do patrimônio edificado, e não tanto à dinamização da atividade econômica ou questões relativas ao desenvolvimento rural.

Silva *et al.* (2017) em seu trabalho objetivaram contextualizar o estado da arte da relação entre turismo rural e produtos locais, a fim de compreender seu conceito e sua importância no espaço rural, bem como o processo de construção social da qualidade através da Teoria das Convenções. Para realizar o trabalho, foi feita uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, levantando as principais bases científicas que norteiam o tema. Buscou-se observar quais dinâmicas do mercado locais podem ser explicadas por aspectos da Teoria das Convenções, no que se refere à construção dos mercados e à confiança assegurada pelas relações pessoais.

Riva e Bertolini (2017), por sua vez, procuraram identificar as perspectivas do turismo rural como alternativa de renda para a agricultura familiar. Em sua pesquisa foram analisados 20 artigos científicos e 6 teses e dissertações publicadas entre 2007 e 2015.

A pesquisa foi desenvolvida adotando a metodologia como pesquisa bibliométrica, e para atingir os objetivos, os dados foram coletados e analisados por meio de *sites* dos periódicos, classificação dos temas abordados e análise dos dados. Através desse estudo, elas concluem que o turismo no espaço rural não deve ser visto com uma atividade não agrícola milagrosa, mas sim como uma alternativa ou complemento que proporciona novas chances ao agricultor para permanecer nas áreas rurais.

O Quadro 1 corresponde às últimas pesquisas sobre turismo rural disponível na base de dados Spell, e nele é demonstrada a diversidade dos temas encontrados.

Quadro 1. Obras recentes sobre Turismo Rural

Autor (es) da obra	Título da obra	Principal foco do estudo
Maia (2015)	Turismo rural na agricultura familiar: Um estudo de caso no assentamento Tijuca Boa Vista em Quixadá (CE).	Agricultura familiar e desenvolvimento local.
Lunardi, Souza e Peruana (2015)	Participação e Decisão no Turismo Rural: uma análise a partir da perspectiva de gênero.	Turismo, diversificação, mudanças sócias e culturais.
Pato (2016)	O Modesto Contributo do Turismo Rural no Douro, Portugal: um estudo baseado nos promotores e na oferta turística	Promotores rurais, características e motivações.
Silva <i>et al.</i> (2017)	O Turismo Rural e os Produtos Locais: Construção Social da Qualidade a Partir da Teoria das Convenções	Valorização e fortalecimento do espaço rural.
Riva e Bertolini (2017)	Perspectiva do Turismo Rural como Alternativa de Renda para Agricultura Familiar: Análise de Trabalhos Científicos	Diversificação das atividades econômicas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Mediante essas pesquisas, infere-se que o turismo rural é um assunto de grande importância, visto a amplitude de publicações que têm a finalidade de incentivar a valorização do espaço rural, trazendo a cultura e a diversidade para os visitantes. Apresenta ainda a preservação do ambiente rural e uma forma de ajudar a manter os produtores rurais em suas propriedades, auxiliando na diminuição do êxodo rural, decorrente das situações adversas como fatores climáticos, e as faltas de possibilidades.

3 METODOLOGIA

O presente estudo é uma pesquisa quantitativa com base descritiva, conduzido por uma pesquisa teórica-empírica, através da produção e avaliação de conhecimentos, uma vez que, além da coleta de dados secundários em artigos e livros, a pesquisa engloba fontes primárias, mediante a coleta através da pesquisa de campo. Do mesmo modo, o presente trabalho se caracteriza com sendo quantitativo, pois tem a finalidade de quantificar as informações através de técnicas estatísticas. Desta forma, o estudo intenta descobrir as principais características por meio percentuais, médias, desvio-padrão etc. (RICHARDSON, 2012).

Para a coleta de dados, foi utilizado o método de pesquisa *survey*, visto que a pesquisa é de natureza teórico-empírica e visa colher dados primários. Esse método, por sua vez, caracteriza-se pela forma direta de interrogar as pessoas, a fim de descobrir informações de um grupo significativo de pessoas quanto ao problema a ser estudado, mediante análise quantitativa, obtendo assim os resultados correspondentes às informações coletadas (GIL, 2008).

Anterior à produção da pesquisa, o estudo foi submetido à aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa. O questionário utilizado foi baseado na obra de Sancho e Malta (2015), intitulada “Pesquisa de Demanda para Turismo de Base Comunitária: desafios à promoção do encontro entre comunidades e viajantes”, que propôs em sua pesquisa a reflexão sobre as especialidades, limitações e os desafios inerentes aos estudos de demanda direcionadas a viajantes interessados em vivenciar experiências de turismo de base comunitária.

O questionário foi composto por 24 questões, otimizadas em 4 blocos, divididas em múltipla escolha e Escala Likert. O primeiro bloco foi instigado em 5 questões relativas à caracterização do perfil do entrevistado (gênero, idade, escolaridade, área de formação,

cidade onde reside); o segundo bloco foi composto por 4 questões, referentes os hábitos de viagem dos turistas; o terceiro bloco foi formado por 11 assertivas relacionadas às principais motivações e aos fatores que influenciam o turista na hora de escolher o local de viagem, ambas assertivas foram distribuídas em forma de escala de 05 pontos, sendo que o 01 discordo totalmente, e 05 concordo totalmente; e por fim, o bloco 4 foi constituído por 05 questões de caráter específico da pesquisa, procurando identificar os fatores relevantes para a implantação de um roteiro turístico rural.

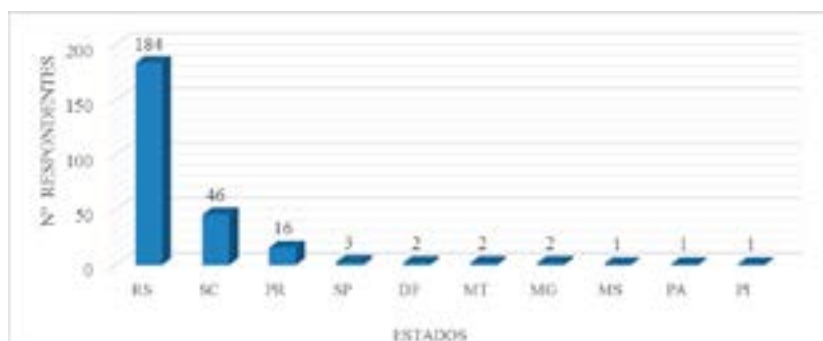
Como não foi possível mensurar o tamanho real da população da pesquisa, a amostra mínima esperada era de 150 entrevistas, porém, como amostra final obteve-se 266 respondentes. Destes, 8 respondentes foram excluídos por não estarem de acordo com os requisitos da pesquisa e/ou não terem finalizado o questionário, deste modo a amostra final correspondeu a 258 respondentes.

Os respondentes tiveram acesso à pesquisa por meios físicos e através de um *link* online, disponibilizado pelas redes sociais, como também encaminhado por e-mail. O questionário foi instrumentalizado através dos formulários online do *Google Drive*, esse que também foi utilizado como ferramenta para a tabulação dos dados juntamente com a software *Microsoft Excel*. A análise dos dados ocorreu por meio de estatística descritiva, analisando os resultados por frequência, percentual, valores mínimos e máximos observados, média e desvio padrão. Após esta etapa, a seção a seguir apresentará a análise e discussão dos resultados encontrados obtidos durante a pesquisa de campo.

4 RESULTADOS

Através dos resultados obtidos, em relação ao perfil dos respondentes, constatou-se que a grande maioria possui idade entre 19 a 29 anos de idade, correspondente a 110 respostas (42,64 %), seguido pela faixa etária de 30 a 39 anos, com 57 respostas (22,09%). No que se refere ao gênero, 162 respondentes foram mulheres, representando 62,79%, já os homens foram 96 respostas ou 37,21%. Os estados civis que tiveram maiores concentrações foram “casado” e “solteiro” equivalendo a 126 e 115 respostas ou 48,84% e 44,57% respectivamente. No quesito de formação, 86 (33,33%) possuem Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado), entretanto, 136 (52,17%) possuem Ensino Superior ou em andamento. No Gráfico 1 está representada a quantidade de respostas em relação aos estados brasileiros.

Gráfico 1: Distribuição dos respondentes conforme seu estado.



Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os dados do Gráfico 1, identificou-se que,, o maior número de respondentes são pessoas do estado do Rio Grande do Sul, com 184 respostas (71,32%), em seguida aparecem os estados de Santa Catarina com 46 (17,83%) e Paraná com 17 (6,20%), os demais estados com 12 respostas, representando 4,65%.

A seguir serão apresentados os dados relativos ao bloco 2 da pesquisa, que se referem aos hábitos de viagem dos respondentes.

4.1 HÁBITOS DE VIAGEM

A Tabela 1 apresentará os dados acerca dos hábitos de viagem dos turistas da pesquisa, mais especificamente sobre a frequência com que os turistas costumam fazer viagens, nele se aborda a quantidade de dias que os turistas da pesquisa despendem em suas viagens.

Tabela 1: Frequência dos turistas para viajar.

(TR). Com que frequência você costuma fazer viagens?	QUANTIDADE	%
Uma ou duas vezes por ano	154	59,69%
Três ou quatro vezes por ano.	64	24,81%
Cinco ou seis vezes por ano	21	8,14%
Sete vezes ou mais.	19	7,36%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Observando as informações na Tabela 1, identificou-se que a maioria dos respondentes viajam pouco, mas que mantêm o hábito de viajar mesmo sendo apenas uma ou duas vezes por ano, cerca de 154 respondentes (59,69%), em segundo, a opção três ou quatro vezes por ano, com 64 respostas (24,81%), seguido pelas opções cinco ou seis vezes por ano e sete vezes ou mais com 21 e 19 respostas, representando 8,14% e 7,36% respectivamente. Fatos esses que podem estar relacionados às diferentes classes sociais, e sua disponibilidade de tempo, entre outros fatores, já que, por exemplo, classes como A e B tendem a viajar e gastar mais seu tempo com turismo mais vezes ao ano e são os maiores consumidores de turismo no Brasil. Todavia, a classe C ainda não se configura como um grupo que viaja com frequência (BRASIL, 2014).

A Tabela 2, representa o meio de transporte utilizado de preferência pelos entrevistados.

Tabela 2: Meio de transporte preferencialmente utilizado.

(TR) Qual meio de transporte preferencialmente utilizado para viajar?	QUANTIDADE	%
Carro	198	76,74%
Ônibus	38	14,73%
Outro.	11	4,26%
Transporte Fretado.	7	2,71%
Moto	4	1,55%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme as informações da Tabela 2, o meio de transporte mais utilizado foi o carro, significando mais de $\frac{3}{4}$ da pesquisa, em um total de 198 respostas (76,74%). Em segundo, o ônibus foi o meio mais utilizado com 38 respostas (14,73%), em seguida, vêm os meios de transporte fretado, moto e outros, representado 22 respostas ou 8,53%. Embora o carro seja

o transporte predominante da pesquisa, acredita-se que seu uso está ligado diretamente a viagens de curta e média distância, como também, verifica-se o fato de que cerca de 54% da população brasileira possui seu veículo próprio (BRASIL, 2014).

A Tabela 3 demonstra os resultados obtidos acerca do tipo de hospedagem que os respondentes mais utilizam em suas viagens.

Tabela 3: Tipo de hospedagem.

(TR) Qual tipo de hospedagem você costuma ficar nas viagens?	QUANTIDADE	%
Hotel	98	37,98%
Casa de amigos/familiares	77	29,84%
Pousada	67	25,97%
Camping	14	5,43%
Outros.	2	0,78%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Perante as informações da tabela 3, observou-se que a hotel é o tipo de hospedagem que mais se optou pelos respondentes, assinalada em 98 oportunidades (37,98%). A casa de amigos/familiares vem logo em seguida com 77 repostas (29,84%), a pousada alcançou 67 respostas (25,97%), e por fim, a modalidade de camping e outros tipos de hospedagem obtiveram 14 (5,43%) e 02 (0,78%) respostas, respectivamente. Desta forma, Bastiani e Macedo (2016) explicam que os tipos tradicionais de hospedagens são preferencialmente escolhidos em virtude da sua comodidade, segurança e por proporcionar um serviço mais completo, com serviços de cofre, recepção 24 horas, estacionamento, TV por assinatura, facilidade de pagamento com cartões de débito e crédito, etc.

A Tabela 4 corresponde ao tempo médio que os entrevistados gastam com suas viagens, com uma variação de um e acima de dez dias.

Tabela 4: Tempo médio gasto em viagens.

(TR). Quanto tempo em média você costuma ficar nesses lugares?	QUANTIDADE	%
1 a 3 dias	120	46,51%
4 a 6 dias	87	33,72%
7 a 8 dias	42	16,28%
Acima de 10 dias	9	3,49%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com os dados da Tabela 4, constatou-se que 120 respondentes (46,51%) gastam seu tempo com apenas 1 a 3 dias nos lugares escolhidos para viajar, informação esta que acaba sendo um pouco contraditória, em razão de que, nos últimos anos as pessoas acabaram conseguido ter mais tempo livre por meio das conquistas trabalhistas (MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010). Mas como também, grande parte dos respondentes podem ter interpretado essa pergunta como se fosse a respeito do turismo rural, causando certa falta de compreensão. Prosseguindo, com 87 respostas (33,72%), a opção de 4 a 6 dias apresentou-se em segundo, seguido com as alternativas 7 a 8 dias e acima de 10 dias, com 42 (16,28%) e 9 (3,49%) respostas respectivamente.

A seguir, o bloco 3 retrata as principais motivações dos turistas e suas influências na hora de viajar, fatores primordiais para escolher os lugares para onde viajar, entre outros fatores.

4.2 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES PARA VIAJAR

Neste bloco, a Tabela 5 apresentará as médias, desvio padrão, mínimo e máximo das questões relacionadas aos fatores que influenciam os turistas na tomada de decisão.

Tabela 5: Fatores de influência ao turista.

PERGUNTAS	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
(TR 1) - A proximidade do local é algo relevante na hora de escolher o local para viajar	3,28	1,2	1	5
(TR 2) - A respeito dos custos, você acha relevante os gastos médios na hora de escolher onde viajar	4,24	0,84	1	5
(TR 3) - O contato e a vivência de hábitos e costumes locais é um fator decisivo na hora de escolher onde viajar	4	1,01	1	5
(TR 4) - Um lugar com belezas naturais é um fator motivador	4,78	0,56	1	5
(TR 5) - A troca de experiências e conhecimentos da história/cultura local é relevante	4,48	0,79	1	5
(TR 6) - Você acha importante conhecer um lugar que possa oferecer o contato com o meio rural	4,36	0,85	1	5
(TR 7) - A distância do destino é relevante	3,44	1,14	1	5
(TR 8) - O preço	4,12	0,91	1	5
(TR 9) - A hospitalidade	4,64	0,71	1	5
(TR 10) - O estado de conservação do local a ser visitado	4,78	0,55	1	5
(TR 11) - A infraestrutura do local	4,61	0,69	1	5

Fonte: Dados da pesquisa.

Para determinar a escolha do destino turístico foi atribuído, pelos respondentes, em diversos aspectos certo grau de concordância e discordância, variando de uma escala de 1 a 5, apresentada na tabela 5. Observa-se que a questão TR 1, relacionada com a proximidade do local a ser visitado, constatou que somente 45,74% das respostas foram ‘concordo parcialmente’ e ‘concordo totalmente’, e alcançou 3,28 pontos de média. A questão TR 7 acerca da distância ser relevante, 49,22% responderam ‘concorda parcialmente’ e ‘concorda totalmente’, atingindo uma média de 3,44. Dessa forma, percebeu-se que menos da metade do público respondente acaba se importando com a distância ou a proximidade, representando um fator não muito primordial e importante para a escolha do local a ser visitado.

Nas questões TR2 e TR8, que abordam sobre gastos médios das viagens e o preço, 81,78% (TR2) e 76,36% (TR8) dos respondentes, ‘concordam parcialmente’ e ‘concordam totalmente’ que esses fatores são importantes no momento de escolher um lugar para viajar. No quesito de contato e vivência de hábitos e costumes locais (TR3), identificou-se que 71,71% das respostas alcançou uma média 4, correspondendo que, conforme Sherer *et al.* (2015), os respondentes consideram importante esses fatores, entretanto, não são tão determinantes, na mesma proporção que outros fatores como as belezas naturais.

A respeito das belezas naturais (TR4), esta foi uma das opções de maior destaque, sendo que na escala 1 a 5, ele ficou média de 4,78, com 96,51% de respostas de ‘concordo parcialmente’ e ‘concordo totalmente’, já que, muitos viajam para fugir da rotina das cidades, e aproveitar um ambiente com paisagens belas, com cachoeiras, ar puro, tranquilidade e silêncio (MAIA, 2015).

Em seguida, aparece a troca de experiências e conhecimentos (TR5) com 89,92% de respostas positivas e média de 4,48. A importância de conhecer um lugar em contato com o meio rural (TR6) soma 86,05 respostas de ‘concordo parcialmente’ e ‘concordo totalmente’, equivalendo à média de 4,36. A hospitalidade responde por 94,57% das repostas positivas, com 4,64 pontos na escala. O estado de conservação do local (TR10) é a outra opção com maior destaque, para 97,29% dos respondentes. Essa alternativa foi marcada como ‘concordo parcialmente’ e ‘concordo totalmente’ o que equivale uma média de 4,78. E por fim, a infraestrutura do local (TR11) contou com 93,02% das respostas positivas, alcançando 4,61 pontos na escala.

Esses números demonstrados acima indicam que, para a implantação de um roteiro turístico rural/hotel-fazenda, o diferencial que deve haver são os ambientes naturais, contato com a natureza e suas belezas naturais, um serviço de qualidade de hospitaleiro, uma local com ótima estrutura, a troca de conhecimentos e histórias/culturais locais, e um preço adequado, pois, todos esses elementos constituem-se como aspectos imprescindíveis e necessários para atender as expectativas e vontades dos turistas para escolher o local adequado (FILIPPIM; HOFFMANN; ALBERTON, 2006). De acordo com os resultados, em relação à distância do local, mediante ao público respondente, não é um fator tão relevante, e não constitui um aspecto determinante. Essas informações adquiridas podem servir como um norteador para futuros empreendimentos, sendo estratégias de ação no sentido de diferenciação dos demais empreendimentos existentes.

4.3 FATORES DETERMINANTES PARA A CRIAÇÃO DE UM ROTEIRO RURAL

Neste bloco serão apresentadas alguns fatores determinantes e questões pontuais relacionadas a implantação de um roteiro turístico rural, situações e atividades que os turistas desejam apreciar em um roteiro rural, em um implemento rural, valores que os turistas estão dispostos a gastar por dia, com quem gostaria de ir nesse lugar, e quantos dias passar lá.

A seguir, o Gráfico 2 representa as atividades que os turistas mais desejam praticar em um empreendimento turístico rural, e algumas atividades sugeridas pelas respondentes para complementar nesse roteiro.

Mediante as informações do Gráfico 2, constatou-se que a atividade mais procurada pelos respondentes está ligada diretamente com o ambiente natural, que é “conhecer e nadar em cachoeiras e rios” assinalada em 215 oportunidades. Outras opções que tiveram grande destaque foram a possibilidade de “degustar alimentos puramente coloniais” marcada em 212 vezes; seguida por “andar a cavalo” em 146 e “lugares para recreação” em 131 respondentes.

Os demais como passeios com carroça, música ao ar livre, práticas locais, trilhas e outros contabilizada em 273 sinalizações. Dentre essas várias alternativas de atividades, acredita-se que as principais alternativas são requisitos mínimos para a implantação de

um roteiro turístico rural, sendo que, o fator local influencia muito, dado que uma região composta por diversas culturas e ambiente natural muito bem preservado e cuidado, é visto como sendo propício e ideal, conforme os resultados obtidos na pesquisa. Elas também, serão um norte do empreendimento, e partir delas, poderá ser implementadas e desenvolvidos outras atividades que agregaram ao roteiro.

Gráfico 2: Atividades para implantar no hotel fazenda.



Fonte: Dados da pesquisa.

A respeito dos valores que os respondentes estariam dispostos a gastar com o empreendimento, de acordo com as atividades e opções de atrativos acima citados, observou-se que quase a metade dos respondentes pagariam de R\$ 70,00 a R\$ 100,00, sendo marcada em 108 vezes na pesquisa (41,86%). Posteriormente a alternativa de R\$ 110,00 a R\$ 140,00, foi apontada em 88 oportunidades, representando 34,11%. A opção de R\$ 150,00 a R\$ 170,00, constituiu 45 respostas (17,44%), e por fim, a opção de acima de R\$ 170,00, assinalada em 17 vezes (6,59%).

Esses valores podem ser considerados baixos em comparação a grandes empreendimentos de hotel fazenda, pois, de acordo com Cruz (2012), na serra gaúcha, por exemplo, os valores cobrados por casal na alta temporada variam de R\$ 245,00 a R\$ 444,00 e na baixa temporada R\$ 187,00 a R\$ 338,00, conforme o pacote.

Dessa maneira, como alternativa, para compensar os custos e gastos iniciais, a opção é criar algo mais simples, utilizando, se possível, estruturas já existentes, preservando os aspectos históricos do local e agregando ao fator local, propiciando um ambiente puramente rural, do interior, como uma pousada rural, dessa forma, não havendo a necessidade de altos investimentos em grandes empreendimentos com aspectos materialistas.

A respeito das companhias de viagens, a Tabela 7 retrata os diferentes tipos de companhias escolhidas pelos respondentes da pesquisa, variando desde fazer o roteiro em família ou ir sozinho.

Tabela 6: Companhia para realizar o roteiro.

(TR) Ao fazer esse roteiro rural, com quem você iria:	QUANTIDADE	%
Em Família	139	53,88%
Com a esposa(o)/namorada(o)	59	22,87%
Com Amigos	52	20,16%
Com amigos e/ou família	3	1,16%
Sozinho	3	1,16%
Grupo	2	0,78%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Em conformidade com as informações citadas acima, a companhia da “família” foi marcada em 139 vezes (53,88%), representando mais da metade da pesquisa, logo após, a companhia da “esposa (o)/namorada(o)” foi a segunda com 59 respostas (22,87%), em seguida a opção “amigos” assinalada em 52 vezes (20,16%), as demais opções foram marcadas em 8 oportunidades, significando 3,10% da amostra.

A família é alternativa mais marcada em virtude das características de modalidade de turismo, pois tendem a procurar um local calmo e acolhedor, que proporcione paz e tranquilidade, mas também, por ser uma alternativa de férias mais baratas, com pacotes que incluem hospedagem, refeições caseiras, o que acaba se tornando uma opção muito relevante (SILVA; ALMEIDA; SOUZA, 2005).

Em relação a quanto tempo os respondentes estariam dispostos a passar no hotel-fazenda, a Tabela 8 dispõe das alternativas de dias que variam de 2 a 3 dias e 4 ou mais.

Tabela 7: Tempo disposto a passar no hotel-fazenda.

(TR) Quanto tempo estaria disposto para ficar nesse lugar?	QUANTIDADE	%
2 a 3 dias	111	43,02%
3 a 4 dias	66	25,58%
1 a 2 dias	52	20,16%
4 dias ou mais	29	11,24%
TOTAL	258	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os resultados obtidos na tabela 8, a alternativa de 2 a 3 dias alcançou 111 respondentes ou 43,02% da amostra, a segunda alternativa mais assinalada foi a opção 3 a 4 dias, marcada 66 vezes (25,58%), posteriormente, a opção 1 a 2 dias, com 52 respostas (20,16%), e por fim, a alternativa de 4 dias ou mais, com 29 respostas (11,24%). É necessário ressaltar que a relação entre a tabela 4 sobre o tempo gasto em viagens e o tempo que os respondentes estariam dispostos a gastar com o hotel-fazenda, percebeu-se certa similaridade entre ambas, identificando que em média 84,55% dos respondentes somente gastam entre 1 e no máximo 6 dias com viagens.

Por fim, após a demonstração dos resultados obtidos, a seção 5 apresentará as principais conclusões e sugestões a respeito da implantação de um roteiro turístico rural.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou identificar os fatores relevantes para a implantação de um roteiro turístico. A pesquisa foi conduzida por meio de uma *survey*, que analisou a percepção dos turistas, suas características de perfil e os fatores de influência que levam em consideração na hora de escolher o local para viajar, como também, sobre os fatores determinantes e essências para criação de um roteiro rural.

Mediante aos resultados obtidos, foi possível conferir que a maioria do público respondente possui o hábito de viajar uma ou duas vezes. O meio de transporte preferencialmente utilizado é o carro. Para hospedagem, os tipos mais utilizados são hotel, casa de amigos/familiares e pousadas. O tempo médio gasto com estadia nesses lugares, conforme os respondentes, é de 1 a 3 dias.

Em relação às motivações que levam os turistas a viajar, verificou-se que os fatores que mais determinam a escolha dos turistas estão diretamente ligados ao contato com a natureza, a possibilidade de visitar um lugar com belezas naturais, e um ambiente bem conservado, organizado, limpo, da forma que mantenha os traços da cultura local. Outro aspecto importante, conforme a pesquisa, está ligado a hospitalidade, fator esse que determina se os turistas serão clientes de única passagem, ou se tornarão clientes frequentes, uma vez que, o bom atendimento, a qualidade dos serviços prestados, o tratamento recebido pelo turista, será uma forma de divulgação do negócio, pois todo turista quer ser bem recebido e tratado cordialmente.

A infraestrutura do local, também foi considerada relevante pelos respondentes, visto que é um fator de competitividade para demais empreendimentos, dado que um local bem cuidado é observado como diferencial, ainda mais se for na área de turismo rural.

No que se refere à possibilidade os fatores para a implantação de um roteiro turístico rural/hotel-fazenda, percebe-se que, perante as informações coletadas, os respondentes em sua maioria buscam a troca de cenário da poluição das cidades por um cenário totalmente diferente, com rios e cachoeiras, animais, e uma alimentação diferente, puramente colonial e saudável, aspectos esses, que são utilizados para combater o stress e da vida caótica das cidades. Identificou-se também que, 75,97% da amostra estão dispostos a gastar entre R\$70,00 até R\$140,00, valores esses que podem ser considerados significativos, uma vez que a companhia de maior relevância da pesquisa é a família, esposa (o)/namorada(o) e amigos, e estariam dispostos a passar no hotel-fazenda entre de 2 a 3 dias, conforme a maior parte dos respondentes.

Para tanto, pode-se dizer que, a partir dos resultados apresentados, para se criar um empreendimento turístico rural, os fatores que mais se devem levar em consideração e não devem faltar são os aspectos naturais, com as belas paisagens, cachoeiras e o contato com a natureza, com também, as questões culturais e históricas, o que possibilitaria uma culinária diversificada e um troca de experiências entre as pessoas.

Com sugestão inicial de projeto, poderia ser desenvolvido uma pequena pousada rural, se possível, é recomendado utilizar as estruturas existentes para manter a aparência mais natural possível, com característica simples, de cidade de interior, como casas antigas dos colonizadores locais.

Nos arredores da pousada deverá haver a possibilidade de o turista realizar atividades ao ar livre, visitar cachoeiras, auxiliar em atividades de propriedade rural, degustar e ajudar na produção de alimentos coloniais, entre outras atividades que permitam ao turista passar os dias conhecendo e contribuindo com a economia da região.

Por fim, após a análise dos dados acredita-se que estes resultados serão úteis aos futuros empreendedores, setor público e privado em geral, a fim de auxiliar em tomadas de decisões futuras sobre investimentos no turismo da região, assim como poderá servir de referencial para futuras pesquisas sobre o tema.

Entende-se que o presente estudo possui suas limitações, já que o próprio método de pesquisa se apresenta um pouco confuso e pode causar certa dificuldade de compreensão aos respondentes, como também a amostra, dado que a maior parte dos respondentes são do estado do RS, assim, não tendo uma amostra mais generalizada dos demais estados do Brasil sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- BASTIANI, S. N. A. C.; MACEDO, S. R. Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SBClass) na perspectiva dos hóspedes. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 6, n. 5, p. 93-114, 2016
- BLANCO, E. S.O turismo rural em áreas de agricultura familiar: as “novas ruralidades” e a sustentabilidade do desenvolvimento local. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 4, n. 3, p. 44-49, 2004.
- BRASIL. **Turismo rural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BRASIL. **Maioria dos domicílios do País têm carro ou moto**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2013/10/maioria-dos-domicilios-do-pais-tem-carro-ou-moto>>. Acesso em: 24 out. 2017.
- BRASIL. **Pesquisa revela que classe C ainda viaja pouco**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2011/10/pesquisa-revela-que-classe-c-ainda-viaja-pouco>>. Acesso em: 07 nov. 2017.
- CRUZ, C. C. *et al.* A dificuldade da mudança: marketing e posicionamento no Rio do Rastro Eco Resort. **Turismo: Visão e Ação**, v. 14, n. 1, p. 131-144, 2012.
- ELESBÃO, I. Impactos socioeconômicos do Turismo no espaço rural. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Org.). **Teoria e Prática do Turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010. p. 150-169.
- EMBRATUR. **Turismo contribui com 9% do PIB mundial**. 2015. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html>. Acesso em: 08 nov. 2017.
- EZEQUIEL, G.; CARVALHO, M. O turismo natureza como potenciador das singularidades territoriais: O caso do pedestrianismo em Portugal. In: CRISTÓVÃO, A. *et al* (Org.). **Turismo Rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014. p. 79-94.
- FILIPPIM, M. L.; HOFFMANN, V. E.; ALBERTON, A. Turismo rural em fazendas-hotel: um estudo das características da demanda e fatores de influência no Planalto Serrano e Meio-Oeste de Santa Catarina. **Turismo: Visão e Ação**, v. 8, n. 1, p. 31-46, 2006.
- GASTAL, S.; PERTILE, K. Enogastronomia e turismo no espaço rural: o vale dos vinhedos -RS/Brasil. In: CRISTÓVÃO, A. *et al.* (Org.). **Turismo Rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 2014. p. 171-194.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisas social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KLOSTER, S.; CUNHA, L. A. G. Desenvolvimento territorial e turismo rural: as relações possíveis. **Desenvolvimento em Questão**, v. 12, n. 27, p. 66-94, 2014.

LANE, B. Turismo rural de segunda geração: prioridades e questões de pesquisa. Turismo rural: antecedentes. In: CRISTOVÃO, A. *et al.* (Orgs.). **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014, p. 15-48.

LIMA FILHO *et al.* O turismo rural como alternativa econômica para a pequena propriedade rural no Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, 2007, v. 9, n. 1, p. 69-82.

LUNARDI, R.; SOUZA, M.; PERURENA, F. Participação e Decisão no Turismo Rural: uma análise a partir da perspectiva de gênero. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 2, p. 334-357, 2015.

MAIA, E. M. M. Turismo rural na agricultura familiar: um estudo de caso no assentamento Tijuca Boa Vista em Quixadá (CE). **Caderno Virtual de Turismo**, v. 15, n. 1, p. 1-19, 2015.

MANOSSO, F. C.; SALOMÉ, M. V.; CARVALHO, A. T. Turismo rural na região norte do Estado do Paraná: conceito e prática. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 10, n. 1, art. 3, p. 24-35, 2010.

NISHIMURA, F. N.; SEBOLD, R. Q.; MIRANDA, W. L. Aspectos do mercado turístico no município de Barra do Bugres (MT): análise do potencial com foco em turismo rural. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 12, n. 3, p. 343-363, 2012.

OLIVEIRA, C. T. F.; ZOAUIN, D. M. Turismo rural e agricultura familiar: desafios e perspectivas para o campo. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, v. 6, n. 2, art. 4, p. 1-14, 2011.

OLIVEIRA, F. *et al.* O turismo rural no município de Rio Preto da Eva (AM): reflexões e perspectivas. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 10, n. 2, art. 2, p. 13-21, 2010.

PATO, M. L. J. O Modesto Contributo do Turismo Rural no Douro, Portugal: um estudo baseado nos promotores e na oferta turística. **Turismo em Análise**, v. 27, n. 3, p. 624-643, 2016.

PEDRON, F. A.; ALMEIDA, J. A.; SOUZA, M. Avaliação do planejamento do turismo rural no roteiro Nostra Colonia, Jaguari - RS. **Turismo: Visão e Ação**, 2008, v. 10, n. 2, art. 6, p. 263-285.

RIVA, G.; BERTOLINI, G. R. F. Perspectiva do Turismo Rural como Alternativa de Renda para Agricultura Familiar: Análise de Trabalhos Científicos. **Desenvolvimento em Questão**, v. 15, n. 38, p. 197-227, 2017.

SANCHES, F. C.; SCHMIDT, C. M. Indicadores de Sustentabilidade Ambiental: Uma Análise das Práticas Sustentáveis em Empreendimentos de Turismo Rural. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 37, p. 89-114, 2016.

SANTOS, A. S.; PIRES, P. S. Políticas públicas de turismo rural: Uma alternativa necessária. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri: Manole, 2010. p. 60-79.

SCHERER, F. L. *et al.* Motivações, dimensões da imagem e qualidades afetivas dos lugares: a escolha do destino e as fotos em viagens de turismo e lazer. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 9, n. 3, p. 442-458, 2015.

SILVA, M. A. C. *et al.* O Turismo Rural e os Produtos Locais: Construção Social da Qualidade a Partir da Teoria das Convenções. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 9, n. 3, p. 433-446, 2017

SILVA, M. F.; ALMEIDA, J. A.; SOUZA, M. O turismo rural e as organizações sociais locais no Distrito de São Pedro, Bento Gonçalves – RS. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 3, p. 335-344, 2005.

TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, E.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010, p. 96-108.